



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

TALITA ARAÚJO DE LIMA

**INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS MOTIVACIONAIS NAS ATIVIDADES LABORAIS:
UM ESTUDO NA FIORI VEICULOS CG.**

**CAMPINA GRANDE – PB
2014**

TALITA ARAÚJO DE LIMA

INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS MOTIVACIONAIS NAS ATIVIDADES LABORAIS: UM ESTUDO NA FIORI VEICULOS CG.

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento às exigências legais, para conclusão do curso de bacharelado em Administração.

Orientadora: Professora Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda

CAMPINA GRANDE – PB
2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

L732i Lima, Talita Araújo de
Influencia das práticas motivacionais nas atividades laborais
[manuscrito] : um estudo na Fiori veículos CG / Talita Araújo de
Lima. - 2014.
26 p. : il.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Profa. Dra. Yeda Silveira Martins Lacerda,
Departamento de Administração".

1. Motivação. 2. Fatores motivacionais 3. Fatores
higiênicos. I. Título.

21. ed. CDD 658.314

TALITA ARAÚJO DE LIMA

**INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS MOTIVACIONAIS NAS
ATIVIDADES LABORAIS: UM ESTUDO NA FIORI VEICULOS
CG.**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado ao curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba, em cumprimento às
exigências legais, para conclusão do
curso de bacharelado em Administração.

Aprovada em 20/11/2014.

Yêda Silveira Martins Lacerda

Professora Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda / UEPB
Orientadora

Waleska Silveira Lima

Professora Dra. Walesca Silveira Lima / UEPB
Examinadora

Rayane Fernandes Mano

Professora Mestre: Rayane Fernandes / UEPB
Examinadora

INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS MOTIVACIONAIS NAS ATIVIDADES LABORAIS: UM ESTUDO NA FIORI VEÍCULOS CG.

LIMA, Talita Araújo de¹

LACERDA, Yêda Silveira Martins²

RESUMO

Um dos grandes dos grandes desafios do mundo organizacional é criar um ambiente de trabalho motivador para seus funcionários. As empresas precisam conhecer de perto seus funcionários de perto, seus desejos e anseios para que possa alinhar junto aos da empresa. Despertar, manter e canalizar para os objetivos da organização tem sido preocupação constante das empresas. Diante do contexto, o objetivo geral desse trabalho foi identificar como a motivação é percebida pelos colaboradores do setor administrativo da Fiori Veículos, em Campina Grande/PB. Para a elaboração deste trabalho, foi realizada uma pesquisa através de 14 questionários com 16 com perguntas envolvendo o perfil e questões motivacionais, caracterizando um estudo de caso. Entre os resultados obtidos verificou-se que os fatores que mantêm a motivação dos funcionários do administrativo são os extrínsecos (que oriundos da empresa), os chamados fatores higiênicos como a remuneração e benefícios, políticas internas desenvolvidas na empresa. Fatores motivacionais que eles consideram como fora do controle do funcionário.

Palavras-chave: Motivação. Fatores Motivacionais. Fatores Higiênicos.

ABSTRACT

One of the greatest of the great challenges of the organizational world is to create a motivating work environment for its funcionários. As companies need to get to know your employees closely, their wishes and desires so you can align with the company . Wake , maintain and channel to the organization's goals has been a constant concern of the companies . Given the context, the aim of this study was to identify the motivation is perceived by employees of the administrative sector of Fiori Vehicles in Campina Grande / PB . For the preparation of this work , a survey was conducted through questionnaires with 14 questions with 16 involving the profile and motivational issues , featuring a case study. Among the results it was found that the factors that maintain the motivation of administrative staff are extrinsic (which derived from the company) , so-called hygiene factors such as compensation and benefits , internal policies developed in the company. Motivational factors they consider and outside the employee's control.

¹ Graduanda do Departamento de Administração (DAEC) da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: talitaa.araujo@hotmail.com

² Professora do Departamento de Administração e Economia (DAEC) da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail:

Keywords: Motivation. Motivational factors. Hygienic factors.

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de manter-se no ambiente de trabalho foi o que suscitou a motivação dos trabalhadores, na antiguidade. Com o passar dos anos, a sociedade evoluiu, e com ela os valores e anseios humanos também.

Existe uma busca pelo enriquecimento do fator humano nas organizações que visam crescimento, atualização constante e inovação. Assim, as empresas tem investido cada vez mais na busca de meios que enfatizem o fator humano e que resultem na eficiência e eficácia de seus funcionários e consequente no lucro das empresas.

Na atual sociedade, em que sempre ocorrem crescentes transformações sociais, tecnológicas e culturais, o capital Humano, e, sem duvidas, é o maior patrimônio das empresas. Logo, as mesmas devem estar preparadas a adaptarem-se as essas constantes transformações, para, assim, se manterem e crescerem no mercado, pois essas mudanças exigem muito mais dos profissionais com intuito de que mantenham o bom desempenho e a garantia da permanência dentro das empresas que atuam. A motivação se torna de extrema importância para esse mundo competitivo, já que empregados motivados tendem a proporcionar melhores resultados.

Um dos grandes desafios do mundo organizacional é criar um ambiente de trabalho motivador para seus funcionários. As empresas precisam entender os mecanismos que geram a motivação e devem procurar meios eficazes de colocá-los em prática.

A motivação profissional vem sendo um grande desafio para as empresas, após perceberem que um funcionário motivado, comprometido e satisfeito tem um rendimento bem melhor em suas atividades profissionais, as empresas obtêm a ideia de que, motivar seus funcionários seria um investimento que haveria retorno, partindo do ponto que a motivação influencia no atendimento ao cliente. Houve a preocupação dos empresários em ter que motivar seus funcionários para que o mesmo se obtenha exímio no atendimento ao cliente que por sua vez tem extrema importância para a empresa. Com isso, surge a curiosidade no problema de

pesquisa: Quais principais fatores motivacionais dos colaboradores da empresa Fiori Veículo Ltda, unidade de Campina Grande/PB.

A empresa que deseja obter uma trajetória de sucesso necessita conhecer de perto as necessidades, o grau de interesse e anseios dos seus colaboradores, apesar de a motivação ser individual, a mesma é utilizada apenas uma receita para motivar todo o grupo. Sem a criatividade e eficiência humana, as empresas não poderiam alcançar seus objetivos. Despertar, manter e canalizar para os objetivos da organização tem sido preocupação constante das empresas.

O Objetivo geral desse trabalho é identificar os principais fatores motivacionais dos colaboradores da empresa Fiori Veículo Ltda, unidade de Campina Grande/PB.

A relevância do tema se evidencia na medida em que a organização necessita de funcionários estimulados a realizarem suas atividades com maior produtividade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Definições e conceitos: Motivação

Para tudo que se faz na vida, seja no trabalho, em casa, na faculdade, é preciso de uma “força” uma “energia” para realizar tarefas. Motivação é o grande acelerador do potencial das pessoas.

Eunice Nascimento(2008), afirma que “Motivação é uma força que nos impulsiona em busca de alguma coisa”.

Assim, motivação é o impulso que faz com que as pessoas ajam para auferir seus desejos. No início, acreditava-se que a motivação era impulsionada por ações de outras pessoas. Hoje, sabe-se que ela tem sempre origem numa necessidade.

O conceito de Motivação, segundo o dicionário Aurélio(2006,p.458):

s.f. Ato ou efeito de motivar,exposição de motivos ou causas,conjunto de fatores, os quais agem entre si,e determinam a conduta de um indivíduo (móbil+ações).Motivar –Dar motivo a causar, despertar o interesse por (aula,conferência,atividade,etc.)ou de (alguém),incitar,mover,estimular.Motivo-causa,razão,fim,intuito.

Para estudiosos, o termo “motivação” vai bem além do que o dicionário determina. Iniciou-se o termo, com a Teoria das Relações Humanas, em que se verificou a necessidade que os motivos os quais levam pessoas a determinados comportamentos. A satisfação de suas necessidades são o que regem o comportamento das pessoas no ambiente de trabalho.

A motivação para o trabalho é uma expressão que indica um estado psicológico de disposição ou vontade de perseguir uma meta ou realizar uma tarefa. Dizer que uma pessoa está motivada para o trabalho significa dizer que essa pessoa apresenta disposição favorável ou positiva para realizar o trabalho. É necessário entender quais são as razões ou motivos que influenciam o desempenho das pessoas, que é a mola propulsora do desempenho.

Segundo Chiavenatto (2004 p.128), “A motivação se refere ao comportamento que é causado por necessidades dentro do indivíduo e que é dirigido em direção aos objetivos que podem satisfazer essas necessidades”.

Para Vernon(1973,p.11), “A motivação é encarada como uma espécie de força interna que emerge, regula e sustenta todas as nossas ações mais importantes. Contudo, é evidente que motivação é uma experiência interna que não pode ser

estudada diretamente”.

Como Vernon citou em seu livro sobre motivação humana, motivação é uma força interna, onde não se pode motivar ninguém, o potencial motivacional esta em cada um e varia de pessoa para pessoa.

A motivação vem das necessidades internas de cada indivíduo e não da vontade da empresa. Conseguir a união entre a satisfação individual e os objetivos da empresa, tem sido o grande alvo dos gestores dentro das empresas.

Hoje, sabe-se que a motivação tem sempre origem numa necessidade (GIL, p. 203). A motivação é consequência de necessidades não satisfeitas. Essas são específicas às pessoas, não pode, portanto, uma pessoa satisfazer outra.

As pessoas buscam uma resposta ao que faz sentido em suas vidas. A quem as faz se sentirem importantes no que fazem. É, nessa área, que o líder deve atuar na motivação dos funcionários. A relação empresa/funcionário vai muito além do que a troca de interesses (o funcionário precisa do salário para sobreviver e a empresa precisa do funcionário para existir).

Já é sabido do meio empresarial que, além do dinheiro recebido como pagamento, a empresa deve se preocupar em tornar gratificante o trabalho de seus funcionários, fazê-los felizes na empresa, é tarefa difícil de alcançar. Elogios, incentivos são de grande valor no processo de processo motivacional oferecido nas empresas.

Quando se trata de motivação empresarial, o mais importante é que a empresa tenha em sua cultura, ações que estruturam o bem estar dos colaboradores. Essas ações devem ser vivenciadas e estimuladas continuamente no dia a dia dos funcionários.

As organizações necessitam de dispor de pessoas competentes e motivadas para produzir. As empresas não podem escolher se treinam ou não os seus empregados, porque as pessoas são admitidas com qualificações genéricas e toda empresa tem suas peculiaridades. Os recursos humanos são a peça mais importante dentro de qualquer empresa, a capacitação e a motivação da equipe são também indispensáveis para que o trabalho seja desenvolvido com eficiência e eficácia (CHIAVENATO-2005).

Em um mundo cada vez mais competitivo, as empresas procuram empregados motivados para realizar seu trabalho, tanto em grupo como individualmente, tendem a proporcionar melhores resultados. "A motivação, por sua vez, é a chave do comprometimento." (GIL 2011, p.201).

2.2 Motivação: Um breve Histórico

Com uma visão mais humanística do que o período Clássico, a Escola das Relações Humanas surgiu da necessidade de inserir novos métodos que surtiram efeitos no aspecto psicológico do trabalhador.

Muitas teorias partem do pressuposto de que, após oportunidades e estímulos adequados, as pessoas passam a trabalhar com maior motivação e entusiasmo.

No início de 1940, Abraham Maslow cria a Teoria das necessidades Humanas com a pirâmide da hierarquia das necessidades Humanas, em que a motivação humana se daria disposta em níveis.

O princípio básico da motivação seria: uma necessidade satisfeita não é um motivador de comportamento.

Segundo Maslow, as pessoas seriam motivadas por necessidades não satisfeitas. O progresso seria causado pelo desejo de satisfazer às necessidades insatisfeitas.

Na base estariam as necessidades fisiológicas (alimentação, descanso, satisfação sexual) são as básicas para a manutenção da vida. No segundo nível, estão as necessidades de segurança (estabilidade no emprego, proteção e fuga), que se referem à necessidade de estar livre de perigo e da privação das necessidades fisiológicas básicas. No nível seguinte, as necessidades sociais, em que o indivíduo, depois de satisfazer os dois primeiros níveis, sente necessidade de convívio, aprovação e aceitação, afeto e amor. Logo em seguida, a necessidade de estima: auto apreciação, a autoconfiança, a necessidade de aprovação social e de respeito, de status, prestígio e consideração, além de desejo de força e de adequação, de confiança perante o mundo, independência e autonomia. As necessidades de autorrealização são as mais elevadas, de cada pessoa realizar o seu próprio potencial e de se auto desenvolver continuamente. Nesse nível, as pessoas desejam tornam-se aquilo que são capazes de ser.

A teoria de Maslow é de grande importância no âmbito organizacional, pois ressalta que as pessoas não precisam apenas de recompensas financeiras, mas também de reconhecimento, respeito e aceitação na empresa. Assim, os gestores devem levar em consideração essa teoria, ao distribuírem tarefas, ao criarem condições de trabalho e definirem estruturas organizacionais.

Figura 1 – Teoria de Maslow

Fonte: Disponível em <http://aderivaldo23.wordpress.com/2012/08/Page/2/>. Acesso em: 15 out. 2014.

O psicólogo Frederick Herzberg (1974) desenvolveu um estudo para tentar entender os fatores que causariam insatisfação e aqueles que seriam os responsáveis pela satisfação no ambiente de trabalho. Os estudos incluíram pesquisas, em que os trabalhadores de diversas empresas eram estimulados a explicitar quais seriam os fatores que os desagradavam, assim como os que os agradavam na empresa. Os fatores que agradavam ao funcionário foram chamados de Motivadores. Aqueles que desagradavam levaram o nome de fatores de Higiene. Por isso, a teoria é mais conhecida como "a Teoria dos dois fatores de Herzberg: Motivação - Higiene".

2.2.1 Fatores Motivacionais

Estes fatores são aqueles que se referem ao trabalhador e não à empresa, como no caso dos fatores higiênicos. São considerados fatores motivacionais para Herzberg às tarefas e os deveres relacionados ao cargo em si, como: crescimento profissional, desenvolvimento e aprimoramento de habilidades, responsabilidade do cargo ocupado, autorrealização em cumprir as tarefas designadas e, claro, o reconhecimento de seu trabalho.

São os fatores motivacionais que produzem algum efeito duradouro de satisfação e de aumento de produtividade em níveis de excelência, isto é, acima dos

níveis nominais. O termo motivação, para Herzberg, envolve sentimentos de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional, manifestados por meio do exercício das tarefas e atividades que oferecem um suficiente desafio e significado para o trabalhador.

2.2.2 Fatores Higiênicos

Esses fatores estão relacionados com o meio que o funcionário atua, são fatores determinados pela organização, e que fazem parte da cultura da empresa, ou seja, fora do controle dos funcionários, de responsabilidade apenas da empresa e de seus respectivos administradores. Esses fatores são necessários para ajustar os colaboradores a seu ambiente, porém, não são determinantes para gerarem motivação ou produtividade a longo prazo. São fatores que se referem às condições que rodeiam o funcionário enquanto trabalha, englobando as condições físicas e ambientais de trabalho, como: o salário e os benefícios, a política da empresa, o tipo de supervisão recebido, o clima de relações entre a direção e os funcionários, os regulamentos internos, as oportunidades existentes, a estabilidade no cargo e etc.

Todos os fatores higiênicos correspondem à perspectiva ambiental e constituem-se nos fatores tradicionalmente utilizados pelas organizações para se obterem motivação dos funcionários. Herzberg considera esses fatores higiênicos muitos limitados na sua capacidade de influenciar poderosamente o comportamento dos empregados. Este, escolheu a expressão "higiene" exatamente para refletir o seu caráter preventivo e profilático e para mostrar que se destinam simplesmente a evitar fontes de insatisfação do meio ambiente ou ameaças potenciais ao seu equilíbrio.

Quando esses fatores são ótimos, simplesmente evitam a insatisfação, uma vez que sua influência sobre o comportamento não consegue elevar substancial e duradouramente a satisfação. Porém, quando são precários, provocam insatisfação.

Depois que a necessidade básica é satisfeita, o dinheiro passa a ser o item com menos valor motivacional.

2.3 Motivação nas Organizações

Percebe-se a importância de as empresas proporcionarem um ambiente agradável para poder desenvolver as tarefas diárias. Daí, a necessidade de as empresas procurarem meios para que o ambiente de trabalho seja um ambiente agradável para a convivência com as demais pessoas. Porém, só isso não é o suficiente para manter os funcionários sempre motivados.

Maximiniano (2000; p 347) afirma que “Motivação para o trabalho é o processo pelo qual o esforço ou ação que leva ao desempenho profissional de uma pessoa é impulsionado por certos motivos”. E descobrir quais motivos que impulsionam os funcionários, é o que as empresas devem almejar no quesito Motivação.

A motivação para o trabalho representa o estado psicológico de disposição favorável em atingir uma determinada meta, por isso precisa-se compreender os motivos que influenciam o desempenho das pessoas.

Segundo Lacombe, “Já está provado que, em média, uma pessoa pode produzir a metade do que seria capaz e ainda assim conservar seu emprego”(p.68).

O que vai levar as pessoas a produzirem mais e melhor é a motivação e por isso a importância dos administradores em influenciar o comportamento de seu pessoal, a fim de alcançar os objetivos da organização.

Estudos realizados no mundo inteiro confirmam que há uma relação íntima entre produtividade e motivação, afirmando que funcionários felizes chegam a dobrar sua produtividade. Se, além dos salários oferecidos, os funcionários estiverem motivados, ele terá satisfação em se comprometer com a empresa, gerando resultados bem acima do esperado.

Segundo Kotler; Armstrong (2003, p.?), “As pessoas são impulsionadas por coisas diferentes-orgulho, dinheiro, felicidade e inúmeras outras [...] Mas todos os grandes colaboradores têm uma coisa em comum: uma vontade implacável em sobressair-se”.

As pessoas diferem entre si e, portanto, têm diferentes tipos de comportamentos e as expectativas em relação às ações da empresa também mudam. Determinado incentivo pode parecer atrativo para uma pessoa e pode não afetar seu companheiro de trabalho.

Motivação (Motivo+ação), as pessoas precisam de um motivo que nasce de uma necessidade, que surge de uma vontade intrínseca, que gera a energia que impulsiona a atuação. “A motivação tem que ser consciente e os estímulos, os

incentivos e os desafios transparentes” (NÉOCLES COSTA para o RH.com).

É papel do administrador conhecer as pessoas de sua equipe e saber o que motiva cada um, uma vez que cada um é diferente dos outros e não são motivados pelo mesmo motivo. É dever, também da empresa, conseguir meios para que seus funcionários deem o máximo de si para cumprir o seu trabalho.

“A motivação deve ser energizada, direcionada e sustentada para que os gerentes entendam as necessidades, as preferências, as metas, as recompensas e comparações entre e intragrupos.” (SÁ, 2009, p.59).

Por isso é importante conhecer e identificar as necessidades e anseios das pessoas e compatibilizá-los com sua atuação frente à empresa.

É papel da liderança encorajar e trabalhar em conjunto com a equipe para que juntos e com a equipe motivada alcancem objetivos, pois a motivação consiste em um conjunto de forças internas que mobilizam o indivíduo para atingir um objetivo.

Sandra Oliveira (2013) afirmou para o RH.com que: “Ser líder não é gerenciar pessoas. Líder é aquele que busca nas pessoas uma forma de fazer com que elas desenvolvam atividades que tragam uma satisfação pessoal, como profissional e como ser humano”.

Se não for desenvolvida da forma correta, pode levar a queda da produtividade por falta de motivação. Pessoas desmotivadas realizam suas atividades com pensamentos voltados a problemas alheios a organização, ou o que poderiam estar fazendo de melhor naquele momento. A falta de motivação causa baixa produtividade nas organizações.

“Motivação é um processo contínuo, nunca definitivamente resolvido para cada indivíduo.” (NASCIMENTO, 2008, p 50).

As organizações tem um enorme desafio: conhecer seus funcionários. Funcionários distintos têm necessidades distintas. É de extrema importância que a empresa esteja sempre pronta a ouvir seus funcionários. Entender o motivo de cada um é a chave para as empresas alcançarem os objetivos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este tópico busca descrever as diretrizes metodológicas que orientam a pesquisa, bem como os procedimentos e técnicas utilizadas com o intuito de alcançar os resultados objetivados.

3.1 Caracterização da pesquisa

Dada à intenção dessa pesquisa, a metodologia utilizada foi o método indutivo. Ainda, os métodos científicos utilizados, foram as pesquisas bibliográficas e um estudo de caso.

De acordo com Vergara (2008, p. 55), “a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado com base em material publicado em livros, jornais e redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”.

Conforme Yin (2001), o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens específicas de coletas e análise de dados. No estudo de caso foi descoberta qual força que motiva os funcionários do administrativo da Fiori Campina Grande.

Quanto ao questionário aplicado no administrativo, utilizamos perguntas que nos mostrará qual o perfil do funcionário e se a motivação oriunda internamente ou se ela externamente.

A pesquisa foi realizada na Concessionária de Veículos Fiat, Fiori Veículos Ltda., situada na Av. Severino Bezerra Cabral, nº 1165, José Pinheiro na cidade de Campina Grande-PB, onde a principal atividade econômica é o comércio a varejo de automóveis da marca Fiat e veículos seminovos de multimarcas.

Na execução da pesquisa, foram aplicados 14 questionários no setor administrativo, durante o horário de trabalho dos funcionários. A escolha do grupo deveu-se a disponibilidade dos mesmos. Após a aplicação do questionário, os mesmos foram recolhidos e analisados para a avaliação do força motivacional dos empregados do setor administrativo da Fiori.

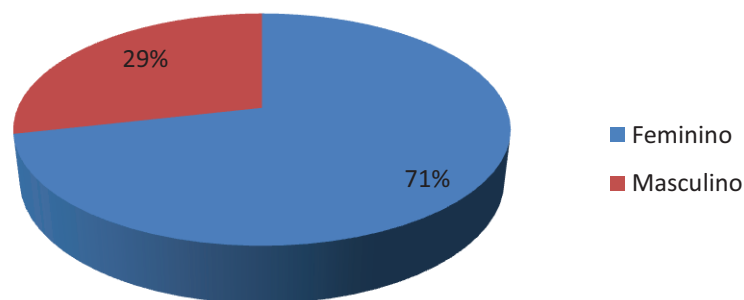
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 PARTE I: Perfil

No que diz respeito à abordagem referente ao perfil do funcionário do administrativo da concessionária Fiori, os resultados apurados na pesquisa estão apresentados nas figuras a seguir:

Em relação aos entrevistados, a maioria do setor administrativo é composta por pessoas do gênero feminino, de acordo com o gráfico 1.

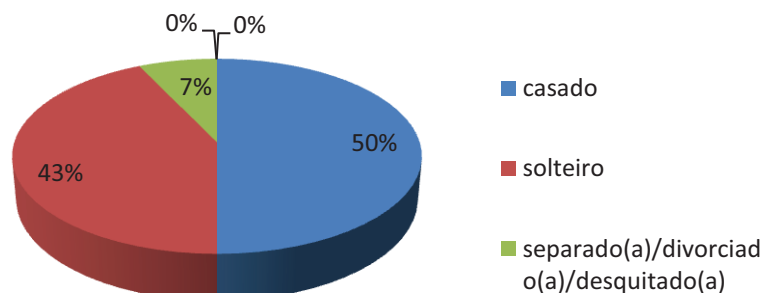
Gráfico 1 - Gênero



Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Assim, quanto à questão sobre o gênero: 29% ou 4 respondentes são pessoas do gênero masculino e 71% ou 10 respondentes são pessoas do gênero feminino.

Gráfico 2 - Estado Civil

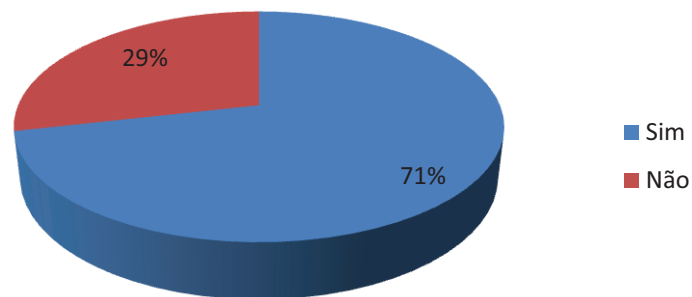


Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

No que se refere ao estado civil: 7% ou um respondente é composto por separadas; 43% ou 6 respondentes são solteiras e 50% ou 7 respondentes são casadas.

Na questão três, abordou-se a questão se possuem filhos, as respostas estão dispostas a seguir.

Gráfico 3 - Filhos

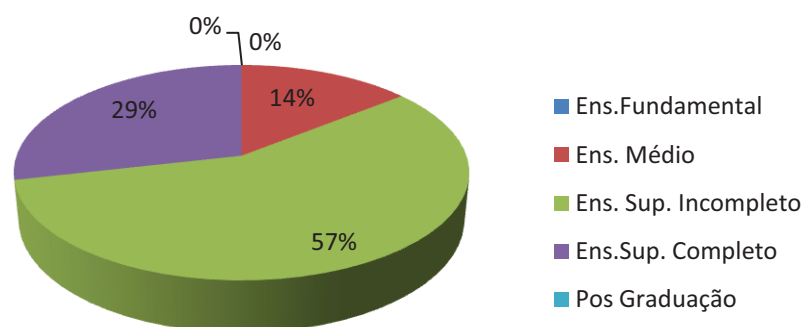


Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Quando interrogados se possuem filhos: 29% ou quatro respondentes e 71% ou dez respondentes não possuem filhos.

Sobre a escolaridade, o resultado esta no gráfico 4.

Gráfico 4 - Escolaridade

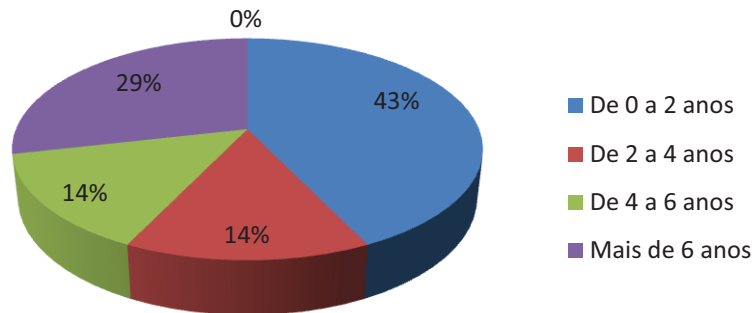


Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

No que se refere à escolaridade dos funcionários: 14% ou dois respondentes possuem apenas o ensino médio, 29% ou quatro respondentes possuem ensino superior completo e 57% (cinquenta e sete) estão cursando o ensino superior.

Questionados sobre o tempo de empresa, os resultados estão no gráfico 5.

Gráfico 5 - Tempo na empresa



Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Quanto à questão do tempo de empresa: 14% (quatorze por cento) possuem de 4 a 6 anos de empresa, 29% (vinte e nove por cento) possuem mais de 6 anos de empresa e 57% (cinquenta por cento) possuem menos de 2 anos na empresa.

No questionário de 16 questões, 5 questões (de 1 a 5) são perguntas referentes ao perfil dos entrevistados e foram selecionadas 11 questões relacionadas às duas formas de motivação: intrínseca e a extrínseca. Da questão 6 a 11, perguntas relacionadas a motivação oriunda do ambiente e as questões de 7 a 16 perguntas relacionadas a motivação individual.

4.2 PARTE II: Aspectos Extrínsecos

Com base no questionário aplicado no administrativo da Fiori, nos aspectos extrínsecos da pesquisa, o resultado está disposto na tabela 1.

De acordo com a questão 6 (Considero minha remuneração como sendo?), as respostas variam da seguinte forma: a maior parte dos entrevistados correspondente a 8 respondentes ou 57%; ela representa um peso central da questão, ou seja, a remuneração oferecida pela Fiori é considerada moderada e é suficiente para a maioria dos funcionários do administrativo. Os outros 6 respondentes ou 43% consideram que a remuneração é boa .

A respeito da questão sete (Considero como os benefícios ofertados na Fiori como sendo), as respostas variavam da seguinte maneira: 1 respondente ou 7% disseram que os benefícios oferecidos pela Fiori são ruins, 6 respondentes ou 43%

disseram que consideram razoável e 7 respondentes ou 50% (cinquenta por cento) consideram que os benefícios são bons.

Baseando-se na questão oito, (Considero autonomia para realizar minhas tarefas como sendo?) as respostas variavam de ótimo a péssimo, na seguinte ordem: ótimo, razoável e ruim empataram com 2 respondentes ou 14% cada e a grande maioria com 8 respondentes ou 57% consideram que possuem autonomia para realizarem suas atividades na Fiori.

Considerando a questão nove (As oportunidades de aperfeiçoamento no meu trabalho ofertados pela Fiori, considero como?) observou-se que 2 respondentes ou 14% dos funcionários entrevistados, consideram com “ruim” e outros 2 respondentes ou 14% “ótimo” as oportunidades de aperfeiçoamento ofertados pela Fiori; 4 respondentes ou 29% consideram como “Razoável” e a maioria com 6 respondentes ou 43% consideram como “Boa” as oportunidades de aperfeiçoamento ofertados pela Fiori.

Considerando a questão dez (Como você avalia o relacionamento com seus colegas e sua chefia imediata), uma minoria de 7% ou 1 respondente avaliaram como ruim; 29% ou 4 respondentes avaliaram como boa a relação existente entre colegas e a chefia imediata e a maior porcentagem, com 64% ou 9 respondentes avaliaram como ótima. Esse indicador aponta que o relacionamento existente entre funcionários e a superior é bastante satisfatória.

A respeito da questão onze (Considero as políticas internas da Fiori como sendo) a maior parte com 43% ou 6 respondentes consideram como boa, 36% ou 5 respondentes consideram como razoável, 14% ou 2 respondentes consideram como Ótima e apenas 7% ou 1 respondente considera como péssimas as políticas internas oferecidas pela Fiori.

A seguir, segue a tabela com resumo das respostas obtidas no questionário.

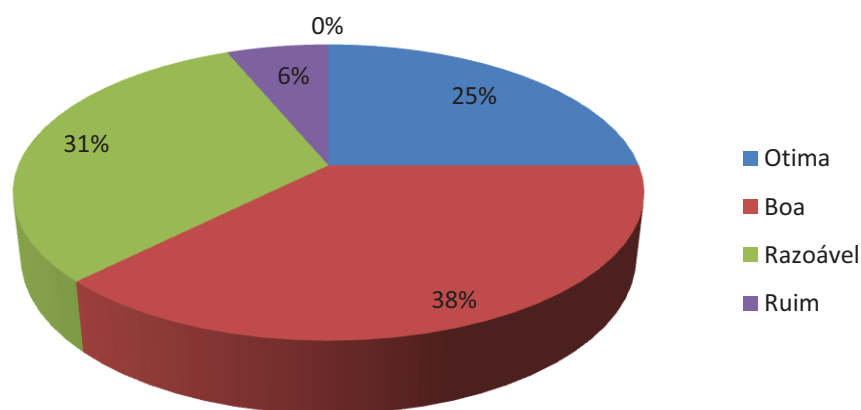
Tabela 1 – Aspectos Extrínsecos

Questões	Ótima	Boa	Razoável	Ruim	Péssima
Sobre remuneração	-	6 (43%)	8 (57%)	-	-
Sobre benefícios	-	7 (50%)	6 (43%)	1 (7%)	-
Autonomia para realizar atividades	2 (14%)	8 (57%)	2 (14%)	2 (14%)	-
Oportunidades de aperfeiçoamento no trabalho	2 (14%)	6 (43%)	4 (29%)	2 (14%)	-
Relacionamento com colegas e chefia	9 (64%)	4 (29%)	-	1 (7%)	-
Políticas internas na empresa	2 (14%)	6 (43%)	5 (36%)	1 (7%)	-
Média	4	6	5	1	-

Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Considerando as questões relacionadas aos aspectos extrínsecos, verificamos que em média, os indicadores motivacionais oriundos do ambiente organizacional são bem percebidos pelos funcionários.

Gráfico 8



Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Quando questionados sobre os aspectos relacionados ao ambiente, em média, 27% dos respondentes consideraram ótima, 31% consideram como razoável,

44% consideram como Boa e apenas 10% consideram os aspectos extrínsecos como ruim.

4.3 PARTE III: Aspectos Intrínsecos

Com base na questão doze (Considero a minha função na Fiori correspondente a minha formação profissional) 7% ou 1 respondente considera razoável e 7% ou 1 respondente Ótimo; 14% ou 2 respondentes consideram como Ruim e 72% ou 10 respondentes consideram Boa. O que admite que a maioria dos funcionários entrevistados afirmaram que a função exercida por eles na Fiori em relação a formação profissional é satisfatória.

De acordo com a questão treze (As oportunidades de crescimento na Fiori considero como sendo), os resultados obtidos foram: 7% (sete por cento) ruim, 7% ou 1 respondente considera péssimo, 21% ou respondentes ótima e 21% ou 3 respondentes Boa e os 43% ou 6 respondente consideram como Razoável. O que nos mostra que as oportunidades de crescimento são moderadas.

Baseado na questão quatorze (Me sinto motivado com as oportunidades ofertadas pela Fiori como sendo), os resultados foram os seguintes: 7% ou 1 respondente considera como ruim e mais outros 7% ou 1 respondente considera como péssimo; correspondente a 14% ou 2 respondentes estão os que consideram como Boa; 21% ou 3 respondentes consideram como ótima e 50% ou 7 respondente consideram como Razoável.

Com base na questão quinze (Me sinto motivado pelos meus companheiros de trabalho como sendo) identificamos que a maioria de 43% ou 6 respondentes dos entrevistados considera como Boa, a motivação recebida pelos colegas; 36% ou 5 respondentes consideram como ótima; 14% ou 2 respondentes consideram razoável e apenas 7% ou 1 respondentes considera como péssima.

De acordo com a questão dezesseis (A maneira como a chefia imediata me motiva, considero como sendo), obtiveram-se os seguintes resultados: 7% ou 1 respondente considera péssima; 28% ou 4 respondentes como boa; 29% ou 4 respondentes consideram como Razoável; e os 36% ou 5 respondentes restantes, consideram que se sentem motivados pela chefia imediata.

Segue tabela 2 abaixo:

Tabela 2 – Aspectos Intrínsecos

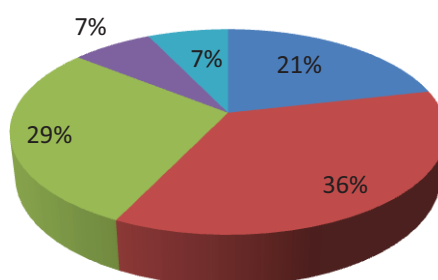
Questões	Ótima	Boa	Razoável	Ruim	Péssima
Q.12-Formação profissional corresponde a função	1 (7%)	10(72%)	1 (7%)	2 (14%)	-
Q.13-Oportunidades de crescimento na empresa	3(21%)	3 (21%)	6 (43%)	1 (7%)	1 (7%)
Q.14-Motivação com as oportunidades ofertadas pela empresa	3 (21%)	2 (14%)	7 (50%)	1 (7%)	1 (7%)
Q.15-Motivação pelos companheiros de trabalho	5 (36%)	6 (43%)	2 (14%)	-	1 (7%)
Q.16-Motivação recebida pela chefia	5 (36%)	4 (28%)	4 (29%)	-	1 (7%)
Média	3	5	4	1	1

Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Em relação aos principais geradores de Motivacionais intrínsecos questionados em nossa pesquisa, em média, os respondentes 25% consideram como ótimo, 36% como Bom, 29% como regular, 9% como ruim e, apenas 7% consideram os indicadores intrínsecos, como péssimo.

Gráfico 7 -Aspectos Intrínsecos

■ Ótima ■ Boa ■ Razoável ■ Ruim ■ Péssima



Fonte: Pesquisa direta. Novembro/2014

Considerando os resultados obtidos na pesquisa, verifica-se que os fatores vinculados às condições individuais são menores que as extrínsecas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo a teoria motivacional dos dois fatores de Herzberg, o resultado obtido na Fiori, através da aplicação do questionário, foi que os fatores que mantêm a motivação dos funcionários do administrativo são, de sobremodo, os extrínsecos (que oriundos da empresa), os chamados fatores higiênicos como a remuneração e benefícios, políticas internas desenvolvidas na empresa. Fatores motivacionais que eles consideram como fora do controle do funcionário.

Na análise dos dados, foi verificado que a Fiori oferece autonomia para os funcionários realizarem suas atividades, o que quer dizer que, terão liberdade para tomarem decisões em suas funções que beneficiarão a empresa e o próprio funcionário que executa a função, isso se deve ao fato de a gerente do setor administrativo estar lotada em outra filial; eles acabaram tomando mais autonomia. Essa é uma ótima estratégia motivacional, pois, assim, os funcionários não perdem o interesse pela tarefa, já que se torna necessário mais responsabilidade deles e maior comprometimento.

Identificou-se na pesquisa, que existe um ótimo relacionamento entre a chefia e os funcionários, mais um fator que indica que a motivação percebida é oriunda do meio (empresa) em que eles estão inseridos. São fatores que a empresa proporciona aos seus funcionários.

Deduziu-se que a motivação percebida pelos funcionários está presente no ambiente organizacional (política, condições do ambiente de trabalho) e são suficientes para não desmotivar os funcionários que, de acordo com a teoria dos dois fatores, o tipo de motivação é definido pelos fatores higiênicos que também são conhecidos como extrínsecos ou ambientais. São fatores que, estão externos ao funcionário, sua ausência desmotiva, porém sua presença não motiva.

Com relação ao salário, juntamente com os benefícios que a empresa oferece, é considerada por grande parte dos funcionários, como regular a boa, o que nos mostra a boa aceitação e considerável aceitação. Os funcionários que responderam ao questionário, a maioria, ocupam o mesmo cargo de assistente administrativo, isso facilitou na coleta de dados, identificando que os encarregados administrativos estão satisfeitos com o salário e benefícios que recebem.

Com relação ao relacionamento com os companheiros de trabalho, foi constatado o que os funcionários possuem um alto grau de sociabilidade com os

outros, o que torna o ambiente agradável e maior rendimento na organização. Como a maioria das pessoas passa maior tempo trabalhando, ter um bom relacionamento com todos aqueles que as cercam é essencial.

Atualmente, as políticas internas da Fiori são consideravelmente importantes para que o funcionário se sinta importante para a empresa, uma boa comunicação, uma cultura organizacional que envolva os funcionários como capital intelectual, uma postura em que haja transparência nas informações, são exemplos claros do bom desenvolvimento das políticas internas da Fiori.

Fatores como os explanados anteriormente, são administrados e decididos pela empresa. São fatores de contexto e se situam no ambiente externo que cercam o funcionário. Contudo, de acordo com as pesquisas de Herzberg, quando os fatores higiênicos são ótimos, eles apenas evitam a insatisfação e, quando a elevam, não conseguem sustentá-la por muito tempo.

A teoria dos dois fatores é interessante por apontar elementos efetivos sobre que o tipo de motivação percebida pelos funcionários do administrativo da Fiori. Muitas das alternativas empregadas hoje nas organizações, estão ligadas aos fatores de manutenção, como no caso da Fiori. As empresas devem focar no equilíbrio do ambiente de trabalho e na qualidade organizacional, e dar atenção a criação efetiva de atividades estimulantes, novos elementos de motivação de forma contínua.

A questão mais considerável para obtenção dos resultados da pesquisa tinha como objetivo identificar como a motivação é percebida pelos colaboradores do administrativo da Fiori Veículos, embasando a pesquisa dos dois fatores de Frederick Herzberg. Através dessa questão, surgiram contribuições para as instituições, pois ficou visível que mantêm a motivação dos funcionários do administrativo são fatores extrínsecos. É importante salientar que os objetivos que motivaram a realização do presente estudo foram, em sua totalidade, atingidos.

REFERÊNCIAS

ARMSTRONG Gary; KOTLER, Philip, **Princípios de marketing** 9. ed. Editora Prentice Hall.2003

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração** 7 ed. Editora Campus, 2004.

Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Motivacao/Artigo/8737/lideres-preparados-colaboradores-motivados.html> acessado em 25/09/14. Acesso em: 10 out. 2014.

Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Motivacao/Artigo/7349/motivacao-o-maior-desafio-humano-para-o-sucesso.html>. Acesso em: 05 out. 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Comportamento organizacional fácil**. Editora Saraiva

NASCIMENTO, Eunice. **Comportamento organizacional**. Fundação Biblioteca Nacional, 2008.

MAXIMINIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração**. São Paulo: Editora ATLAS, 2000.

TADEUCCI, Marilsa de Sá Rodrigues. **Motivação e liderança**. Fundação Biblioteca Nacional, 2009.

ANEXO**Questionário****Parte1: Perfil****1. Gênero:**

() Feminino () Masculino

2. Estado civil:

() Solteiro

() Casado(a)/mora com companheiro(a)

() Separado(a)/divorciado(a)/desquitado

() Viúvo(o)

3. Filhos

() Sim Não()

4. Escolaridade

() Ensino Fundamental

() Ensino médio

() Ensino Superior Incompleto

() Ensino Superior completo

() Pós graduação

5. Tempo na empresa

() De 0 a 2 anos

() De a 2 a 4 anos

() De 4 a 6 anos

Parte2: Questões Motivacionais**6. Considero minha remuneração como sendo:**

() Ótima () Boa () Razoável () Ruim () Péssima

7. Considero os benefícios ofertados na Fiori como sendo:

() Ótima () Boa () Razoável () Ruim () Péssima

8. Considero autonomia para realizar minhas tarefas como sendo?

() Ótima () Boa () Razoável () Ruim () Péssima

9. As oportunidades de aperfeiçoamento no meu trabalho ofertados pela Fiori, considero como:

() Ótima () Boa () Razoável () Ruim () Péssima

10. Como você avalia o relacionamento com seus colegas e sua chefia imediata?

Ótima Boa Razoável Ruim Péssima

11. Considero as políticas internas da Fiori como sendo:

Ótima Boa Razoável Ruim Péssima

12. Considero a minha função na Fiori correspondente a minha formação profissional ?

Ótima Boa Razoável Ruim Péssima

13. As oportunidades de crescimento na Fiori considero como sendo:

Ótimo Bom Razoável Ruim Péssimo

14. Me sinto motivado com as oportunidades ofertadas pela Fiori como sendo:

Ótimo Bom Razoável Ruim Péssimo

15. Me sinto motivado pelos meus companheiros de trabalho como sendo:

Ótimo Bom Razoável Ruim Péssimo

16. A maneira como a chefia imediata me motiva, considero como sendo:

Ótimo Bom Razoável Ruim Péssimo